Suffit-il de respecter le code de l'OMS pour offrir un soutien efficace de l'allaitement maternel ?

Chez Medela, nous sommes fiers d'être le seul fabricant se consacrant non seulement à la vente de produits pour l'allaitement, mais aussi de façon intensive et continue à la recherche dans le domaine de la lactation humaine.
Depuis la création de Medela, toutes nos activités sont axées sur l'allaitement maternel ; nous sommes convaincus d'offrir une contribution efficace pour aider les mamans allaitantes et leurs bébés, d'agir selon les normes éthiques et de promouvoir l'allaitement maternel.

Le code de l'OMS a été créé dans les années 80 pour protéger les mamans et leurs bébés contre le marketing agressif des fabricants de substituts du lait maternel. C'est pourquoi nous croyons que ce code est mal approprié pour promouvoir réellement l'allaitement dans le monde entier. Ne devrait-il pas également communiquer les indications adaptées au besoin réel des mères, qui souhaitent donner du lait maternel le plus longtemps possible à leur enfant en fonction de leurs modes de vie et de leurs obligations ? L'encouragement de l'allaitement est très clairement notre objectif et nous soulignons que nous n'y contribuons pas « seulement » en proposant des tire-laits et des aides à l'allaitement de grande qualité : Medela a également beaucoup investi dans la recherche médicale sur la lactation humaine ces 10 dernières années. Il s'agit là en grande partie de recherches fondamentales. Ces efforts de recherche nous ont permis d'améliorer nos produits existants et de développer de nouveaux articles innovants. Nous avons été en mesure de mettre les acquis issus de ces recherches à la disposition des consultantes en lactation, des professionnels de la santé, de nos partenaires et des revendeurs spécialisés, de sorte à mieux soutenir toutes ces personnes dans leurs efforts quotidiens pour résoudre les problèmes de lactation. Nous poursuivons nos activités de recherche au même niveau et les avons récemment étendues également au domaine de la néonatalogie.

Medela développe, fabrique et commercialise des tire-laits et des accessoires pour l'allaitement depuis 1980. Au départ, tous ces produits étaient accompagnés d'un biberon avec tétine afin d'offrir un système complet, permettant de recueillir et de donner le lait maternel au bébé. Medela a collaboré intensivement avec les associations de consultants en lactation, toujours dans le but commun d'encourager l'allaitement. Il est réjouissant de constater que le taux d'allaitement a continuellement augmenté au cours de ces années, tout comme la durée de la période d'allaitement. À la fin des années 80, conformément aux souhaits exprimés par différentes organisations dans le domaine de la lactation, Medela a éliminé les tétines de tous les produits à l'échelle mondiale.

Dans les années 90, l'utilisation des tire-laits a beaucoup changé, surtout aux États-Unis, mais aussi dans d'autres pays industrialisés. En France, l'implantation de Medela a redynamisé la location de tire-laits et nous devons constater une augmentation constante du parc locatif des appareils grâce à la grande qualité et au soutien apporté aux mamans par les professionnels. En effet, l'usage de tire-laits de mauvaise qualité engendre un arrêt précoce de l'allaitement maternel. D'autre part, suite à l'utilisation plus courante de tire-laits à usage personnel, les mamans ont exprimé une demande croissante de systèmes complets de Medela. Aujourd'hui, les mamans qui choisissent de donner leur lait veulent

concilier vie quotidienne et allaitement. Elles attendent d'un fabricant tel que nous, de mettre à leur disposition des systèmes complets, qualitatifs, constituant une aide efficace pendant la période d'allaitement. Pour Medela, l'encouragement de l'allaitement et la considération des besoins en résultant chez la maman et son bébé jouent depuis toujours le rôle central pour toutes les activités. C'est pourquoi Medela a introduit progressivement dans différents pays un système de nutrition complet, compatible et sûr, englobant des tire-laits, des biberons et des tétines. Toutefois, aucune publicité n'avait jamais été faite pour ces produits et récemment, nous avons décidé d'inclure une mention sur leur mode d'emploi afin d'avertir la maman sur les risques possibles liés à l'utilisation trop précoce d'une tétine.

Suite à la controverse de l'été 2008 au sujet du bisphénol-A (BPA) aux États-Unis et au Canada – et en raison du sentiment d'insécurité qu'elle avait provoqué chez les mamans – Medela a décidé de faire de la publicité pour les biberons et les tétines dans ces pays afin d'informer les mamans sur nos biberons et nos tétines sans BPA, offrant la sécurité recherchée. À cause de ces activités, Medela a été désigné comme « violateur du Code de l'OMS » par le WABA (World Alliance for Breastfeeding Action). Ce cas montre combien il est difficile de répondre aux intérêts des mamans et leurs bébés sans enfreindre les recommandations existantes. Malgré ce conflit, l'encouragement de l'allaitement reste comme toujours notre objectif suprême. Nous sommes convaincus que les mamans ont le besoin et le droit d'obtenir des informations précises et qu'elles peuvent avoir besoin de systèmes complets, sûrs et bien harmonisés entre eux. Dans ce cadre, le respect des recommandations n'est qu'une partie du soutien efficace de l'allaitement.

Medela a donc décidé de poursuivre les activités de communication et de marketing dans le domaine des biberons et des tétines. Nous restons convaincus que toutes nos activités encouragent l'allaitement et ne constituent en aucun cas une « idéalisation » de la nutrition au biberon. Étant donné que le taux d'allaitement – et surtout la durée d'allaitement – n'augmentent plus que très peu, nous nous efforçons continuellement d'adapter nos produits de sorte à permettre aux mamans d'intégrer encore mieux l'allaitement à leur vie quotidienne**.** Cependant, avec le recul, nous devons avouer que nos activités de marketing n'étaient pas toutes bien réfléchies. Nous avons donc récemment revu et redéfini nos directives marketing à l'échelle mondiale pour que nos promotions soient exclusivement axées sur le groupe cible des mamans qui recueil leur lait maternel.

Medela continuera à faire le maximum pour soutenir les mamans dans leurs efforts d'allaitement. Nous espérons sincèrement pouvoir le faire dans le cadre d'une bonne collaboration avec les consultants en lactation !

Michael Larsson
Président du Conseil d'administration de Medela